BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Saung Angklung Udjo merupakan destinasi pariwisata dan laboratorium pendidikan yang berada di Kota Bandung tepatnya di Jl. Padasuka no. 118, Pasirlayung, Cibeunying Kidul. Saung Angklung Udjo merupakan destinasi pariwisata yang berbentuk Perseroan Terbatas atau PT yang didirikan oleh Udjo Ngalagena pada tahun 1966. Saung Angklung Udjo memiliki tujuan untuk melestarikan seni budaya sunda khususnya alat musik angklung.

Saung Angklung Udjo memiliki berbagai macam produk yang ditawarkan mulai dari pertunjukan angklung dan berbagai kebudayaan Sunda, kemudian ada produksi angklung-nya sendiri yang dapat dibeli oleh pengunjung, dan juga ada berbagai macam souvenir yang berciri khas Sunda. Selain produk yang ditawarkan, Saung Angklung Udjo pun memiliki berbagai fasilitas yang diberikan untuk pengunjung seperti restoran, kantin, toko souvenir, *guest house*, dll.

Saung Angklung Udjo memiliki sebuah pertunjukan yang selalu diadakan setiap harinya, pertunjukan tersebut diberi nama Pertunjukan Bambu. Jadwal pertunjukannya sendiri diadakan setiap hari pada pukul 15:30 WIB, kemudian jadwal tambahan pada hari Sabtu yaitu pukul 13:00 WIB dan hari Minggu pada pukul 10:00 WIB. Untuk harga tiketnya sendiri yaitu Rp. 60.000 untuk dewasa domestik, Rp. 40.000 untuk anak domestik, Rp. 100.000 untuk dewasa mancanegara, dan Rp. 60.000 untuk anak mancanegara yang berlaku pada *weekdays*. Untuk *weekend* harga yang diberi adalah Rp. 70.000 untuk dewasa domestik, Rp. 50.000 untuk anak domestik, Rp. 110.000 untuk dewasa mancanegara, dan Rp. 70.000 untuk anak mancanegara. Dari harga tiket tersebut pengunjung mendapatkan tiket masuk berupa kalung angklung yang juga dapat dibawa sebagai souvenir, sinopsis atau panduan acara yang tersedia

dengan 9 bahasa yang berbeda sesuai dengan asal negara pengunjung, dan *welcome drink* yang dapat dipilih yaitu air mineral atau es lilin.

3.2 Variabel Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis mengenai *memorable tourism experience* yang berpengaruh terhadap *revisit intention* pada destinasi wisata Saung Angklung Udjo di Kota Bandung. *Penelitian ini terdiri dari* variabel bebas atau *independent variable (X)* dan *variabel terikat* atau *dependent variable (Y)*. Adapun objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* adalah *memorable tourism experience yang terdiri dari* (a) kebermaknaan yang dirasakan (*perceived meaningfulness*), (b) kesempatan yang dirasakan dalam mendapatkan pengalaman lokal yang otentik (*perceived opportunities for encounter authentic local experience*), (c) signifikansi yang dirasakan (*perceived significance*), (d) kebaruan yang dirasakan (*perceived novelty*), (e) kesempatan yang dirasakan dalam mendapatkan interaksi sosial (*perceived opportunities for social interaction*), (f) keramahan penduduk lokal yang dirasakan (*perceived local hospitality*), (g) penemuan yang tidak direncanakan dan kejutan (*serendipity & surprises*), dan (h) profesionalisme pemandu lokal yang dirasakan (*perceived professionalism of local guides* kemudian yang menjadi variabel terikat atau *dependent variabel* adalah minat berkunjung kembali (*revisit intention*).

3.3 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:5) yang dimaksud dengan metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *deskriptif* dengan pendekatan kuantitatif dan *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2012:29) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan

yang lebih luas. Dan yang dimaksud dengan metode pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2015) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan penelitian verifikatif menurut Sugiyono (2012:36) adalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012:80), mengartikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya. Populasi sasaran merupakan populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung individu yang datang mengunjungi Saung Angklung Udjo.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang mempunyai karakteristik yang relatif sama dan dianggap dapat mewakili populasi. Menurut Sugiyono (2012:116), definisi sampel adalah “Bagian dari jumlah ataupun karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tertentu”.

Di dalam penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, hal ini disebabkan karena beberapa faktor di antaranya adalah keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka

Alya Shafira, 2018

PENGARUH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (MTE) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (REVISIT INTENTION) DI SAUNG ANGKLUNG UDJO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

penelitian diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel *non probability* secara *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pengertian *purposive sampling* menurut Sugiyono (2010) adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.

Pada penelitian ini sampel didapat dari kuesioner yang disebar untuk wisatawan yang pernah mengunjungi Saung Angklung Udjo minimal 1 kali. Lalu dengan latar belakang usia minimal 17 tahun keatas agar para responden mengerti dan dapat menjawab pertanyaan pada kuesioner yang diberikan oleh peneliti, dan penentuan jumlah sampel untuk penelitian ini dibatasi dengan jumlah 100 orang dalam waktu satu bulan.

Menurut Susila & Fatchurrohman (2004, p. 88) ukuran sampel minimum dalam suatu penelitian adalah sebanyak 100 responden. Oleh karena itu, peneliti merencanakan mengambil sampel sebanyak 100 responden.

3.5 Instrumen Penelitian

3.5.1. Observasi lapangan

Obdervasi lapangan berupa pengamatan terhadap lokasi penelitian yaitu Saung Angklung Udjo untuk mengumpulkan data–data relevan dengan judul penelitian secara langsung dan mengamati kondisi di lokasi penelitian.

3.5.2 Penelitian kepustakaan

Penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan atau studi literatur dengan cara mempelajari, meneliti, mengkaji serta menelaah literatur berupa buku-buku (*text book*), peraturan perundang-undangan, majalah, surat kabar, artikel, situs web dan penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan ini bertujuan untuk memperoleh sebanyak mungkin teori

yang diharapkan akan dapat menunjang data yang dikumpulkan dan pengolahannya lebih lanjut dalam penelitian ini.

3.5.3. Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2005). Menurut Sugiyono (2015 : 142) mengemukakan bahwa kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial, Likert mempunyai gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju dan untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban diberi skor seperti pada table 3.1 berikut:

TABEL 3.1
ALTERNATIVE JAWABAN BERDASARKAN PENGUKURAN SKALA LIKERT

Pertanyaan/Pernyataan	penilaian				
	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
	5	4	3	2	1

Sumber: Sugiyono (2011 : 94)

3.6 Jenis Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012:401) berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Data primer adalah data-data yang diperoleh secara langsung dalam kegiatan penelitian lapangan. Data primer dapat berbentuk isian kuesioner atau langsung dari responden berdasarkan masalah yang sedang dikaji.

Alya Shafira, 2018

PENGARUH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (MTE) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (REVISIT INTENTION) DI SAUNG ANGKLUNG UDJO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Data sekunder adalah data-data yang diperoleh secara tidak langsung dalam kegiatan penelitian. Data sekunder dapat diperoleh dari sensus, laporan data, dan statistik yang berasal dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Berdasarkan data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti menuliskannya dalam Tabel 3.2 berikut ini:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>Memorable Tourism Experience</i>	Sekunder	<i>E-book</i> dan Jurnal
2.	Hal-hal yang berhubungan dengan <i>Revisit Intention</i>	Sekunder	<i>E-book</i> dan Jurnal
3.	Tanggapan responden mengenai <i>Memorable Tourism Experience</i> dan <i>Revisit Intention</i>	Primer	Responden yang pernah mengunjungi Saung Angklung Udjo

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

3.7 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalkan dalam dua variabel utama. *Variable independent* (X) yang diteliti adalah *memorable tourism experience* dan *variable dependent* (terikat) yaitu *revisit intention* (Y). Selanjutnya akan dijelaskan pada tabel berikut:

TABEL 3.3
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Memorable Tourism Experience</i>	<i>Memorable tourism experience</i> merupakan pengalaman pariwisata yang diingat dan dikenang secara positif setelah peristiwa itu terjadi (Kim et al 2012:12)	[X ₁] Kebermaknaan yang dirasakan (<i>Perceived meaningfulness</i>) (Chandralal & Valenzuela 2013)	Pengembangan hubungan antara wisatawan dan rekan seperjalanan (<i>Relationship development</i>)	Tingkat pengalaman relasi yang didapat dengan rekan seperjalanan ke Saung Angklung Udjo	Ordinal
			Pengembangan diri (<i>Self development</i>)	Tingkat pengalaman wisata yang menjadi pengetahuan dan pengembangan diri setelah berkunjung ke Saung Angklung Udjo	Ordinal
			Kesejahteraan keluarga (<i>Enchanced family wellbeing</i>)	Tingkat pengalaman ikatan keluarga yang didapat setelah berkunjung ke Saung Angklung Udjo	Ordinal
		[X ₂] Kesempatan yang dirasakan dalam mendapatkan	Ciri khas budaya / adat istiadat	Tingkat pengalaman yang dirasakan pengunjung mengenai ciri khas budaya dan	Ordinal

		pengalaman lokal yang otentik (<i>Perceived opportunities for encounter authentic local experience</i>)		adat istiadat di Saung Angklung Udjo	
			Ciri khas bahasa dan sikap berbudaya	Tingkat pengalaman pengunjung mengenai ciri khas bahasa dan sikap berbudaya para pegawai di Saung Angklung Udjo	Ordinal
			Ciri khas seni tradisional	Tingkat pengalaman pengunjung mengenai ciri khas seni tradisional yang disuguhkan oleh Saung Angklung Udjo	Ordinal
		[X ₃] Signifikansi yang dirasakan (<i>Perceived significance</i>)	<i>Memorable</i> (mengesankan)	Tingkat pengalaman pengunjung mengenai Saung Angklung Udjo sebagai tempat wisata yang berkesan	Ordinal

Alya Shafira, 2018

PENGARUH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (MTE) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (REVISIT INTENTION) DI SAUNG ANGKLUNG UDJO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			Ikonik/tempat wisata unggulan	Tingkat pengalaman pengunjung mengenai Saung Angklung Udjo sebagai tempat wisata yang ikonik	Ordinal
		[X4] Kebaruan yang dirasakan (<i>Perceived novelty</i>)	Bangunan-bangunan <i>historical</i> dan Bersejarah	Tingkat pengalaman pengunjung mengenai bangunan bersejarah saat berada di Saung Angklung Udjo	Ordinal
			Ciri khas makanan	Tingkat pengalaman pengunjung mengenai makanan khas yang disediakan di Saung Angklung Udjo	Ordinal
			Ciri khas oleh-oleh	Tingkat pengalaman pengunjung mengenai oleh-oleh khas yang disediakan di Saung Angklung Udjo	Ordinal
		[X5] Kesempatan yang dirasakan dalam	Interaksi dengan sesama wisatawan	Tingkat pengalaman pengunjung saat berinteraksi dengan	Ordinal

		mendapatkan interaksi sosial (<i>Perceived opportunities for social interaction</i>)		wisatawan lainnya di Saung Angklung Udjo	
			Interaksi dengan pengisi acara	Tingkat pengalaman pengunjung saat berinteraksi dengan pengisi acara di Saung Angklung Udjo	Ordinal
		[X ₆] Keramahan penduduk lokal yang dirasakan (<i>Perceived local hospitality</i>)	Sopan santun	Tingkat pengalaman pengunjung mengenai sopan santun pengisi acara/pegawai di Saung Angklung Udjo	Ordinal
			Kenyamanan	Tingkat pengalaman pengunjung mengenai kenyamanan yang diberikan oleh pengisi acara/pegawai di Saung Angklung Udjo	Ordinal

			Keramahan	Tingkat pengalaman pengunjung mengenai keramahan yang diberikan oleh pengisi acara/pegawai di Saung Angklung Udjo	Ordinal
		[X7] Penemuan yang tidak direncanakan dan kejutan (<i>Serendipity & surprises</i>)	Pengalaman mengejutkan/tidak terduga	Tingkat pengalaman mengejutkan mengenai pelayanan/pertunjukan di Saung Angklung Udjo	Ordinal
			Pelayanan khusus	Tingkat pengalaman khusus dan berkesan mengenai pelayanan/pertunjukan di Saung Angklung Udjo	Ordinal
		[X8] Profesionalisme pemandu lokal yang dirasakan (<i>Perceived</i>	Pelayanan pengisi acara/pegawai	Tingkat pengalaman pengunjung mengenai pelayanan yang diberikan oleh pengisi acara /pegawai di Saung Angklung Udjo	Ordinal

		<i>professionalism of local guides)</i>			
			Informasi jelas dari pengisi acara /pegawai	Tingkat pengalaman pengunjung mengenai kejelasan informasi yang diberikan oleh pengisi acara/pegawai di Saung Angklung Udjo	Ordinal
<i>Revisit Intention</i>	<i>Revisit intention</i> merupakan suatu perilaku seseorang yang disebabkan oleh perilaku masa lalu (pengalaman konsumsi) yang secara langsung mempengaruhi minat untuk mengkonsumsi ulang pada waktu yang akan datang. Hasan (2013:131).		Keinginan untuk merekomendasi	Tingkat keinginan untuk merekomendasikan Saung Angklung Udjo kepada orang lain	Ordinal
			Keinginan untuk berkunjung kembali	Tingkat keinginan pengunjung untuk mengunjungi kembali Saung Angklung Udjo	Ordinal

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

Alya Shafira, 2018

PENGARUH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (MTE) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (REVISIT INTENTION) DI SAUNG ANGKLUNG UDJO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.8 Pengujian Validitas dan Reabilitas

3.8.1 Pengujian Validitas

Di dalam penelitian ini, data mempunyai kedudukan penting dalam penelitian karena data merupakan penggambaran dari variabel yang diteliti, dan mempunyai fungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu mutu hasil penelitian ditentukan oleh benar tidaknya atau kevalidan data. Peneliti harus berhati-hati dalam menyusun instrumen, mulai dari penyusunan variabel, pemecahan subvariabel, dan penyusunan butir-butir pertanyaan yang akan diajukan.

Menurut Uma Sekaran (2013:225), validitas adalah cara pengujian mengenai seberapa baik instrumen dikembangkan dengan konsep langkah-langkah tertentu yang ditujukan untuk mengukur variabel tertentu. Dengan demikian bahwa data valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *memorable tourism experience* sebagai variabel X kemudian *revisit intention* sebagai variabel Y.

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yaitu menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun menurut dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas.

3.8.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Menurut Uma Sekaran (2013:225), reliabilitas adalah cara pengujian mengenai seberapa konsisten konsep alat ukur tersebut. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan

uji *Cronbach Alpha* karena alternatif jawaban pada instrumen penelitian lebih dari dua. Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS *Statistic 20 for windows*.

3.9 Rancangan Analisis Data

3.9.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Sekaran dan Bougie (2010:105) mengungkapkan bahwa analisis deskriptif dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui dan mampu menjelaskan karakteristik dari variabel yang diteliti, dan karakteristik perusahaan. Analisis data deskriptif dilakukan dengan menggolongkan, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan data-data yang didapat yang selanjutnya dianalisis, sehingga diperoleh gambaran umum tentang variabel berdasarkan beberapa analisis sebagai berikut:

1. Analisis frekuensi adalah distribusi matematika dengan tujuan memperoleh hitungan jumlah tanggapan terkait dengan nilai yang berbeda dari satu variabel dan dua variabel mengungkapkan jumlah dalam persentase. (Naresh K. Malhotra, 2009:480)

2. Analisis *Cross Tabulation* adalah teknik statistik yang menggambarkan dua atau lebih variabel secara bersamaan dan hasil dalam tabel yang mencerminkan distribusi gabungan dari dua atau lebih variabel yang memiliki sejumlah kategori atau nilai-nilai yang berbeda. (Naresh K. Malhotra, 2009:493)

3. Perhitungan skor ideal digunakan untuk mengukur tinggi atau rendahnya pengaruh variabel X yang terdapat di objek penelitian. Berikut rumus untuk menghitung skor ideal.

a. Nilai indeks maksimum = skor tertinggi x jumlah item x jumlah responden

b. Nilai indeks minimum = skor terendah x jumlah item x jumlah responden

c. Jenjang variabel = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum

d. Jarak interval = jenjang : banyaknya kelas interval

Presentasi skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100%

3.9.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif

Analisis berikutnya adalah analisis verifikatif. Analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam kegiatan analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. *Method of Successive Internal (MSI)*

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ordinal scale* yaitu skala yang berbentuk peringkat yang menunjukkan suatu urutan preferensi atau penilaian. Skala ordinal ini perlu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive internal*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) pada setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut :

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ below\ upper\ limit) - (Area\ below\ lower\ limit)}$$

Data penelitian yang telah bersekala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dengan variabel terikat serta akan ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

1. Menyusun data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden.

2. Tabulasi data

Tabulasi data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah memberi skor pada item, menjumlahkan skor pada setiap item, menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

3. Menganalisis Data

Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasikan data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen (X) yaitu X_1 (*meaningfulness*), X_2 (*local experience*) X_3 (*significance*) X_4 (*novelty*) X_5 (*social interaction*) X_6 (*hospitality*) X_7 (*serendipity & surprises*) X_8 (*professionalism*). Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu *revisit intention*.

Persamaan regresi linier berganda delapan variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8$$

Keterangan : Y = Subyek dalam variabel terikat yang diprediksikan (*revisit intention*)

a = harga Y bila X = 0

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel terikat yang didasarkan pada variabel bebas. Bila b (+) maka terjadi kenaikan, bila b (-) maka terjadi penurunan.

x = subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu X_1 (*meaningfulness*), X_2 (*local experience*) X_3 (*significance*) X_4 (*novelty*) X_5 (*social interaction*) X_6 (*hospitality*) X_7 (*serendipity & surprises*) X_8 (*professionalism*) adalah variabel penyebab.

Teknik analisis regresi linier berganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual terdistribusi normal. Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, yaitu data sampel hendaknya memenuhi persyaratan distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak, dapat menggunakan *normal probability plot*.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Parameter yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 dan kurang dari 10.

3. Uji Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak layak dipakai prediksi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Suatu regresi dikatakan tidak

terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu.

5. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Korelasi yang tidak dilanjutkan dengan regresi adalah korelasi yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Adapun interpretasi hasil untuk perhitungan analisis korelasi adalah sebagai berikut :

TABEL 3.4
INTEPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2012:184)

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan besarnya kecilnya nilai variabel X terhadap Y. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2). Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan : KP = Nilai Koefisien determinasi

R = Nilai Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) yaitu X_1 (*meaningfulness*), X_2 (*local experience*) X_3 (*significance*) X_4 (*novelty*) X_5 (*social interaction*) X_6 (*hospitality*) X_7 (*serendipity & surprises*) X_8 (*profesionalism*) terhadap variabel terikat (Y) yaitu *revisit intention*.

Alya Shafira, 2018

PENGARUH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (MTE) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (REVISIT INTENTION) DI SAUNG ANGKLUNG UDJO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.10 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas dengan variabel terikat yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan H_0 ditolak atau H_a diterima dari hipotesis yang telah dirumuskan. Rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

A. secara Simultan

$H_0 : PYX = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *memorable tourism experience* terhadap *revisit intention*.

$H_a : PYX \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara *memorable tourism experience* terhadap *revisit intention*.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji f dihitung dengan rumus menggunakan bantuan program SPSS *Statistic 20 for windows*.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $f_{hitung} \geq f_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $f_{hitung} \leq f_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

B. Secara Parsial

a. $H_0 : PYX_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan *meaningfulness* terhadap *revisit intention*.

$H_a : PYX_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *meaningfulness* terhadap *revisit intention*.

b. $H_0 : PYX_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *local experience* terhadap *revisit intention*.

$H_a : PYX_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *local experience* terhadap *revisit intention*.

c. $H_0 : PYX_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *significance* terhadap *revisit intention*.

Ha : $PYX_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *significance* terhadap *revisit intention*.

d. Ho : $PYX_4 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *novelty* terhadap *revisit intention*.

Ha : $PYX_4 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *novelty* terhadap *revisit intention*.

e. Ho : $PYX_5 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *social interaction* terhadap *revisit intention*.

Ha : $PYX_5 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *social interaction* terhadap *revisit intention*.

f. Ho : $PYX_6 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *hospitality* terhadap *revisit intention*.

Ha : $PYX_6 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *hospitality* terhadap *revisit intention*.

g. Ho : $PYX_7 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *serendipity & surprises* terhadap *revisit intention*.

Ha : $PYX_7 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *serendipity & surprises* terhadap *revisit intention*.

h. Ho : $PYX_8 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *profesionalism* terhadap *revisit intention*.

Ha : $PYX_8 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *profesionalism* terhadap *revisit intention*.

Pengujian hipotesis ini dengan menggunakan uji t dihitung dengan bantuan program SPSS *Statistic 20 for windows*.

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

1. Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara X dengan Y
2. Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara X dengan Y

1. Jika tingkat signifikansi $< 0,05$, maka terdapat pengaruh yang signifikan
2. Jika tingkat signifikansi $> 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan

Alya Shafira, 2018

PENGARUH MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE (MTE) TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI (REVISIT INTENTION) DI SAUNG ANGKLUNG UDJO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu